

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN, HARGA PRODUK, DAN DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE SELAMA PANDEMI COVID 19 PADA PT MAP AKTIF ADIPERKASA, TBK.

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Sheren Khymel

Email : sherenkhymell@gmail.com

Winda Sari

Email : sarigrs3@gmail.com

Fernando Simanjuntak

Email : fernandosmnjntk102@gmail.com

Isa Litasari Br Tampubolon

Email : litasari275@gmail.com

Rosinta Romauli Situmeang, S.Pd., M.Si.

Email : Rosintaromaulisitumeang@yahoo.co.id

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya pandemi covid 19 yang menjadi hambatan bagi perusahaan dalam memasarkan produk yang di produksi oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui pengaruh iklan, harga produk dan discount terhadap keputusan pembelian online konsumen selama pandemi covid 19. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Teknik analisis data yakni analisis statistik deksriptif, uji asumsi klasik, dan uji multikolinearitas dengan dilakukan penyebaran kuesioner kepada pembelian online PT. MAP Aktif Adiperkasa, Tbk. Sebanyak 100 responden melalui googleform.

Hasil penelitian menyatakan bahwa Variabel Iklan dan Harga Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian online pada PT. MAP Aktif Adiperkasa, Tbk, tetapi variabel Discount berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian online pada PT. MAP Aktif Adiperkasa, Tbk.